

**PEMASARAN BATIK TULIS DI KAMPUNG BATIK
LAWEYAN KOTA SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Strata I
Pada Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu
Pendidikan**

**Oleh:
INDAH NADYA MAYASARI
A210170003**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PEMASARAN BATIK TULIS DI KAMPUNG BATIK LAWEYAN
KOTA SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh
Indah Nadya Mayasari
A210170003

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, consisting of a long horizontal line that curves upwards and ends in a loop with a small crossbar.

(Dr. Djalal Fuadi, M.M)
NIDN: 06-23045801

HALAMAN PENGESAHAN

**PEMASARAN BATIK TULIS DI KAMPUNG BATIK LAWEYAN
KOTA SURAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Indah Nadya Mayasari
A210170003

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Keguruan Dan Ilmu
Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Rabu, 03 November 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

1. Dr. Djalal Fuaadi.M.M.

(Ketua Dewan Penguji)

()

2. Dr.Suranto,S.Pd.,M.Pd

(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Rochman Hadi Mustofa S.Pd.,M.Pd(

(Anggota II Dewan Penguji)

()

Surakarta, 03 November 2021

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dekan,



Prof. Dr. Sutama. M.Pd
NIP.0007016002

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 9 September 2021

Penulis



INDAH NADYA MAYSARI

A210170003

PEMASARAN BATIK TULIS DIKAMPUNG BATIK LAWEYAN KOTA SURAKARTA

Abstrak

Pemasaran batik di suatu daerah perlu dilakukan agar dapat meningkatkan pembeli atau konsumen batik agar tertarik untuk membeli batik. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan karakteristik pemasaran batik di Kampung Batik Laweyan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, mendeskripsikan perilaku penjual dan pembeli dalam proses pemasaran batik di Kampung Batik Laweyan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, dan mendeskripsikan interaksi yang terjadi. antara penjual dan pembeli dalam prosesnya. pemasaran batik di Kampung Batik Laweyan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti berupa penelitian deskriptif. Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan di Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta pada bulan Mei 2021. Subjek penelitian yang digunakan yaitu bagian produksi dan marketing Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta. Keabsahan data agar maksimal dari penelitian ini adalah dengan Triangulasi. Analisis data penelitian ini menggunakan teknik data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan pemasaran batik tulis di kampung batik laweyan kota Surakarta menggunakan *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* atau sering disebut dengan SWOT

Kata Kunci : pemasaran, batik, SWOT

Abstract

Batik marketing in an area needs to be done in order to increase batik buyers or consumers to be interested in buying batik. The purpose of this study is to describe the characteristics of batik marketing in Kampung Batik Laweyan, Laweyan Subdistrict, Surakarta City, describe the behavior of sellers and buyers in the batik marketing process in Kampung Batik Laweyan, Laweyan Subdistrict, Surakarta City, and describe the interactions that occur. between seller and buyer in the process. batik marketing in Kampung Batik Laweyan, Laweyan Subdistrict, Surakarta City. The type of research conducted by researchers in the form of descriptive research. The implementation of this research was carried out in Kampung Batik Laweyan Surakarta City in May 2021. The research subjects used are the production and marketing section of Kampung Batik Laweyan Surakarta City. The validity of the data so that the maximum of this research is by triangulation. Analysis of this research data uses qualitative data techniques. The results showed the marketing of batik writing in the batik village of Surakarta using *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* or often called SWOT.

Keywords: marketing, batik, SWOT

1. PENDAHULUAN

Batik merupakan warisan budaya yang perlu dilestarikan, batik dapat dijumpai di berbagai wilayah di seluruh Indonesia. Khususnya di kota Surakarta batik banyak

dijumpai diberbagai toko maupun pasar. Batik Solo (Surakarta) mempunyai ciri khas yang unik, yang tidak kalah bersaing dengan batik dari daerah lain. Jenis – jenis batik Solo beraneka ragam antara lain: motif batik solo slobog, motif batik sidomukti, motif batik truntum, motif batik satrio manah, motif batik semen rante, motif batik parang kusumo, motif batik pamiluto, motif batik ceplok kasatriyan, motif batik semen gendong, motif batik bondhet, motif batik dan lainnya.

Kampung Batik Laweyan Surakarta beralamatkan di Jalan Doktor Radjiman No.521, Laweyan, Jawa Tengah. Kampung Laweyan hanya berjarak beberapa kilometer dari pusat kota Surakarta atau dari Jl. Slamet Riyadi. Lokasi yang mudah dijangkau dari arah manapun, menjadikan Kampung Laweyan mendapat tempat tersendiri dari para pengunjung. Kampung Batik Laweyan merupakan tempat favorit turis baik lokal maupun mancanegara. Laweyan merupakan kawasan tua di kota Solo yang sangat penting dan terkenal karena hasil budaya yang sangat menarik yaitu kain batik. Pengunjung dapat langsung membeli kain batik yang tersedia di penjuru sudut gang Kampung Batik Laweyan Surakarta.

Potensi ini menjadi magnet yang kuat dalam menarik wisatawan. Dengan perencanaan kawasan yang lebih baik, kampung batik Laweyan mampu menawarkan beragam jenis wisata yang lebih tertata dan mampu melayani kebutuhan pengunjung dalam pelayanan yang maksimal sekaligus membuat Kampung Batik Laweyan tetap lestari dengan peninggalan budaya dan sejarah serta kesejahteraan masyarakat berbasis bisnis batik ini menjadi lebih meningkat. Di samping itu kampung batik Laweyan memiliki potensi komunitas masyarakat yang berperan besar dalam turut menjaga kelestarian kawasannya. Kekuatan komunitas ini membantu menjadikan kawasan kampung batik laweyan menjadi destinasi wisata batik solo yang ramah dan layak dikunjungi. Demikian juga halnya bahwa pemasaran karya batik tidak bisa lagi mengandalkan cara-cara yang bersifat tradisional melainkan harus melalui teknik pemasaran jarak jauh dengan memanfaatkan kemajuan Teknologi Informasi (TI).

Berdasarkan hasil penelitian Ratnawati dan Susena (2017) pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin batik Kampung Laweyan Surakarta masih menggunakan cara tradisional sebanyak, sedangkan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh para pengrajin batik dengan menggunakan TIK (website) sebanyak. Berdasarkan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa metode pemasaran manajemen pemasaran yang

menggun teknologi internet (*website*) dapat diterapkan oleh para pengrajin batik di Kampung Batik Laweyan Surakarta.

Berdasarkan latar belakang diatas maka pentingnya penelitian tentang “PEMASARAN BATIK TULIS DI KAMPUNG BATIK LAWEYAN KOTA SURAKARTA”

2. METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan desain *grounded theory*. Subjek penelitian yang digunakan yaitu bagian produksi dan marketing Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta. Teknik Analisis data penelitian ini menggunakan teknik data kualitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data hasil penelitian kemudian dilakukan pembahasan mengenai:

3.1 Analisis SWOT

Penelitian ini mengetahui tentang kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang memfokuskan pada pemasaran di Kampung Batik Laweyan, Kota Surakarta, Jawa tengah. Berikut adalah pembahasan tentang analisis swot pemasaran:

3.1.1 Kekuatan (*strength*)

Situasi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Informan1 tersebut dapat kita ketahui bahwa .pada toko Di Toko Batik Fajar Indah dalam upaya melakukan pemasaran produk batik dimasa pandemi dengan menggunakan media jejaring sosial dengan memanfaatkan jejaring sosial sebagai karna memberikan jaringan pemasaran yang sangat luas di seluruh indonesia. informan 2 tersebut dapat kita ketahui bahwa dengan memanfaatkan jejaring sosial membantu Toko Batik Merak Manis untuk terus menjual produk kepada konsumen. informan 3 tersebut dapat kita ketahui bahwa Toko Batik Putra Bengawan memiliki beberapa cabang toko dan memanfaatkan media sosial. Konsumen Toko Batik Putra Bengawan dari berbagai kalangan, pedagang,wisatawan, kantor, remaja dan penggunaan pribadi.

3.1.2 Kelemahan(*weakness*)

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelamahan internal. Focus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik

Untuk mengatasi situasi atau kondisi yang merup kelemahan dari organisasi atau program pada saat ini yaitu dengan membuat Image positif konsumen terhadap produk dan Peluang aspek produksi seiring dengan peluang aspek pasar (pemasaran) khusus yang berkaitan dengan produk.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan informan 1 tersebut dapat kita ketahui kelemahan dari informan 1 rendahnya SDM karyawan daalam mengelola jejaring media sosial membuat Toko Batik Fajar Indah harus bekerja ekstra dalam memberikan pengarahan kepada karyawan. informan 2 tersebut dapat kita ketahui kelemahan dari informan 2 dengan bi kelebihan yang diberikan dalam menggunakan pemasaran jejaring sosial yaitu banyaknya konsumen dengan keterbatasan tenaga kerja. nforman 3 tersebut dapat kita ketahui kelemahan dari informan 3 dengan adanya pandemi covid 19 untuk konsumen yang datang ke toko berkurang dan harus melakukan PHK kepada karyawan lama dengan karyawan yangbaru dengan SDM yang memadai untuk dapat mengelolan jejaring sosial.

3.1.3 Peluang (*opportunities*)

Meskipun menghadapi berbai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang mengun kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan informan 2 Mengenai hasil jawaban diatas menunjukan bahwa peluang Toko Batik Merak Manis dalam pemanfaatan jejaring sosial dapat terus meningkatkan produktifitas dan penjualan batik. Sehingga meskipun adanya pandemi covit-19 tidak menyurutkan penjualan produk Toko Batik Merak Manis. informan 3 Mengenai hasil jawaban diatas menunjukan bahwa peluang Toko Batik Putra Bengawan mempermudah mengenalkan batik kepada konsumen. Sehingga dapat menarik keinginan untuk membeli.

3.1.4 Ancaman (*threats*)

Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Berdasarkan hasil

penelitian informan 1, Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa informan 1 dengan menggunakan pemasaran media sosial membuat staf terus bekerja di depan HP dan laptop sehingga tidak jarang karyawan merasa jenuh dan lelah. informan 2 ancaman yang terjadi ialah persaingan harga yang tidak bisa terkontrol sehingga tak jarang harus memberikan diskon pada produk yang dijual untuk mempertahankan daya jual kepada masyarakat. informan 3 ancaman dalam pemasaran yaitu dengan meniru produk dan model dari Toko Batik Putra Bengawan sehingga membuat Toko Batik Putra Bengawan harus terus berinovasi.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat diketahui bahwa kekuatan yang dimiliki masing-masing Toko dalam bidang Pemasaran, yaitu Pada toko Di Toko Batik Fajar Indah dalam upaya melakukan pemasaran produk batik dimasa pandemi dengan menggunakan media jejaring sosial dengan memanfaatkan jejaring sosial sebagai karna memberikan jaringan pemasaran yang sangat luas di seluruh Indonesia. Toko Batik Merak Manis ketahui bahwa dengan memanfaatkan jejaring sosial membantu Toko Batik Merak Manis untuk terus menjual produk kepada konsumen. Toko Batik Putra Bengawan tersebut dapat kita ketahui bahwa Toko Batik Putra Bengawan memiliki beberapa cabang toko dan memanfaatkan media sosial. Konsumen Toko Batik Putra Bengawan dari berbagai kalangan, pedagang, wisatawan, kantor, remaja dan penggunaan pribadi.

Kelamahan (weakness) Toko Batik Fajar Indah dapat kita ketahui kelemahan dari Toko Batik Fajar Indah rendahnya SDM karyawan dalam mengelola jejaring media sosial membuat Toko Batik Fajar Indah harus bekerja ekstra dalam memberikan pengarahan kepada karyawan. Toko Merak manis tersebut dapat kita ketahui kelemahan dari Toko Merak manis dengan kelebihan yang diberikan dalam menggunakan pemasaran jejaring sosial yaitu banyaknya konsumen dengan keterbatasan tenaga kerja. Toko Putra Bengawan dapat kita ketahui kelemahan dari Toko Putra Bengawan dengan adanya pandemi covid 19 untuk konsumen yang datang ke toko berkurang dan harus melakukan PHK kepada karyawan lama dengan karyawan yang baru dengan SDM yang memadai untuk dapat mengelola jejaring sosial.

peluang (opportunities) Toko Merak manis Mengenai hasil jawaban diatas menunjukkan bahwa peluang Toko Batik Merak Manis dalam pemanfaatan jejaring sosial dapat terus meningkatkan produktifitas dan penjualan batik. Sehingga meskipun adanya

pandemi covid-19 tidak menyurutkan penjualan produk Toko Batik Merak Manis. Toko Putra Bengawan Mengenai hasil jawaban diatas menunjukkan bahwa peluang Toko Batik Putra Bengawan mempermudah mengenalkan batik kepada konsumen. Sehingga dapat menarik keinginan untuk membeli.

Ancaman (threats) Batik Fajar Indah, Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa Batik Fajar Indah dengan menggunakan pemasaran media sosial membuat staf terus bekerja di depan HP dan laptop sehingga tidak jarang karyawan merasa jenuh dan lelah. Toko Batik Merak Manis ancaman yang terjadi ialah persaingan harga yang tidak bisa terkontrol sehingga tak jarang harus memberikan diskon pada produk yang dijual untuk mempertahankan daya jual kepada masyarakat. Toko Batik Putra Bengawan ancaman dalam pemasaran yaitu dengan meniru produk dan model dari Toko Batik Putra Bengawan sehingga membuat Toko Batik Putra Bengawan harus terus berinovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Birks, Melanie, Jane Mills. 2015. Grounded Theory A Practical Guide. Cetakan Keempat. Henry Ling Limited at The Dorset Press: Great Britain.
- Diana Elma Widyaningrum, (2012), Strategi Pemasaran Kampung Batik Laweyan Solo, Thesis, Universitas Indonesia, Jakarta
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 29 No.1.
- Egan, M. David dan Victor W. Olgyay. 2002. Architectural Lighting. New York : McGraw-Hill
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Freddly Rangkuti, (2017), "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis" PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Harsono, 2019, Etnografi Pendidikan sebagai Desain Penelitian Kualitatif. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Jaya, I Made Laut Mertha. 2020. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Quadrant.

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Moleong, Lexy J. (2017). Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Mulyadi. 2013.Sistem Akuntansi, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Salemba Empat, Jakarta.
- Noor, Juliansyah. (2017). Metodologi penelitian : skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Philip Kotler, (2015), “Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian” jilid 1 dan 2, Prentice Hall – Salemba Empat.
- Rahmawati, Anista Yulia, dan edy Susena, 2017, Analisis manajemen Pemasaran batik di Kampung Batik Laweyan Surakarta , Jurnal Infroma Politeknik Indonusa Surakarta.
- Rusnani dan Andini, 2014, Strategi Pemasaran Batik Madura Dalam Menghadapi Pemasaran Global, Jurnal ³³(5)250\$1&(¥Bisnis & Akuntansi Volume IV, No.2,
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta.